

Tegoroczny film dokumentalny o Stormie Thorgersonie reklamuje hasło: „Ten człowiek zaprojektował 80 % twojej kolekcji płyt”.

Bartosz Szurik

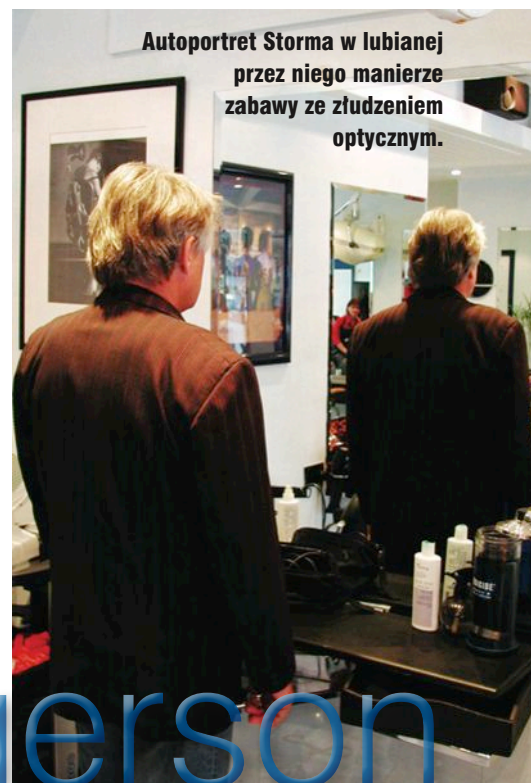
**N**awet jeśli to stwierdzenie jest lekko przesadzone, to nie jest pozbawione podstaw. Pod własnym nazwiskiem lub w założonej wraz z Abreym „Po” Powellem grupie Hignosis, Storm Thorgerson stworzył oprawę graficzną płyt imponującej liczby artystów. Lista nazwisk części z nich wygląda jak jedno z prasowych zestawień „najlepszych rockowych wykonawców wszech czasów”. Okładki Thorgersona zdobią bowiem albumy klasycznych rockowych zespołów: Led Zeppelin, Black Sabbath,

AC/DC, Genesis i Yes oraz artystów, jak Peter Gabriel czy Paul McCartney. W swojej karierze współpracował też z muzykami o pokolenie lub dwa młodszy: The Mars Volta czy Yourcodenameis:milo oraz mniej znanymi, jak izraelski Ethnix czy australijski Powderfinger. Przeważnie pozostaje w kręgu muzyki rockowej: alternatywnej (The Cranberries, Muse), progresywnej (Dream Theater) lub metalowej (Anthrax, Megadeth). Jego projekty pasują jednak równie dobrze do innych gatunków, co udowodniła jego niedawna kolaboracja z elektronicznymi formacjami Shpongle i Pendulum.

Dla żadnego zespołu ani wykonawcy Thorgerson nie zrealizował jednak większej ilości prac niż dla Pink Floyd. Od ponad 40 lat jest odpowiedzialny za wygląd większości ich wydawnictw, teledysków oraz filmów wykorzystywanych w trakcie koncertów. To od współpracy z tym zespołem rozpoczął się związek Storma z przemysłem muzycznym.

Storm Thorgerson urodził się w 1944 roku w Potters Bar, niespełna 30 km na

północ od Londynu. W młodości trafił do Cambridge, gdzie chodził do szkoły z Rogerem Watersem i Sydem Barrettem, późniejszymi założycielami Pink Floyd. Matki jego oraz Watersa były serdecznymi przyjaciółkami, więc już z tego względu był on „skoligacony” z rodzącym się



# Storm Thorgerson

## autor muzycznych obrazów



w drugiej połowie lat 60. zespołem. Niemniej, kontakty Storma z Floydami były czysto towarzyskie, aż do czasu wydania „Saucerful of Secrets”. Wszystko się zmieniło, kiedy Thorgerson zgłosił się na ochotnika do zrobienia okładki drugiego longplayu. Doszło do tego przypadkiem, gdy usłyszał, jak propozycję odrzucił inny znajomy grupy. Nigdy wcześniej nie zajmował się podobną działalnością, ale postanowił się sprawdzić. Niedługo potem zaproponował muzykom fotograficzny kolaż: symbole astrologiczne i alchemiczne, fragment komiksu Marvela, wzory przypominające wizualizacje wyświetlane w czasie koncertów zespołu. Powstały obraz stał się psychodeliczną reprezentacją zawartej na krążku muzyki. Efekt tak się spodobał zespołowi, że przy okazji nagrywania kolejnej płyty ponowił propozycję współpracy. Thorgerson zaś, wyrobiwszy sobie markę, stał się pożądanym grafikiem. Ponadto, poza projektowaniem warstwy graficznej płyt przez ostatnie cztery dekady zatrudniano go też do wszelkich innych prac plastycznych związanych z muzyką: opracowywał plakaty, kalendarze, reklamy, nadruki na koszulkach, a nawet wymyślił gigantyczny sterowiec promocyjny! Jako absolwent studiów w dziedzinie filmu i telewizji zajmował się też reżyserią teledysków, reklamówek i filmów dokumentalnych. Napisał kilka książek o swojej pracy. Miał kilka wystaw, m.in. w Londynie i Los Angeles.

W 2003 roku Storm doznał udaru mózgu, który spowodował niedowład połowy ciała. Wciąż jednak jest jednakowo błyskotliwy i czynny zawodowo. Prowadzi własne studio graficzne, nazwane po prostu Storm Studios. Niedawno został bohaterem wspomnianego już filmu dokumentalnego, autorstwa niezależnego amerykańskiego filmowca Roddy’ego Bogawy.

Skąd to niesłabnące zainteresowanie pracami Anglika? Najlepszą odpowiedzią są okładki płyt jego autorstwa. Estetyczne, pomysłowe i intrygujące. Doskonale współgrają z muzyką. Są tak sugestywne, że raz ujrane wiążą się w pamięci z brzmieniem płyty.

Storm wypracował charakterystyczny styl. Lubi fotografować w otwartych przestrzeniach, z wyraźną linią horyzontu, np. w pustynnych krajobrazach lub na zielonych łąkach. Zdjęcia robi zazwyczaj pod kątem prostym, w dobrym oświetleniu i pełnej ostrości. W swoich pracach często umieszcza zwyczajne obiekty w nietypowych miejscach, z wielokrotnia ich wiel-

kość albo ilość... lub robi jedno i drugie. Jest w tym bliski surrealistom, choćby René Magritte’owi, który stanowi dla niego silną inspirację. I może nie na wyrost jest pojawiająca się w filmie dokumentalnym „Taken By Storm” opinia, jakoby Thorgerson był ostatnim z wielkich żyjących surrealistów? 700 łóżek ustawionych na plaży z okładki Pink Floyd czy 200 pluszowych misiów z okładki najnowszej płyty Muse może się kojarzyć z zawieszonymi w powietrzu dżentelmenami z prac Magritte’a.

Inny lubiany przez Storma motyw to nadawanie zwyczajnej rzeczy zupełnie nowego kontekstu. Pod tym względem pozostaje więc pod wpływem surrealistów, ale puszcza też oko do Warholowskiego pop artu. Najbliższy mu był chyba, tworząc okładkę z krową do albumu „Atom Heart Mother”. Krowa ze zdjęcia nie ma nic wspólnego ani z tytułem płyty, ani z muzyką na niej zawartą, ani z zespołem, który ją nagrał. Co więc tam robi? Odpowiedź jest prosta: znajduje się tam, ponieważ właśnie tak bardzo nie pasuje! To jedna z ulubionych prac autora... i prawdopodobnie najtańsza: budżet projektu obejmował dojazd na najbliższą łąkę i wywołanie jednej rolki filmu. Sama krowa nie wzięła ani pensa.

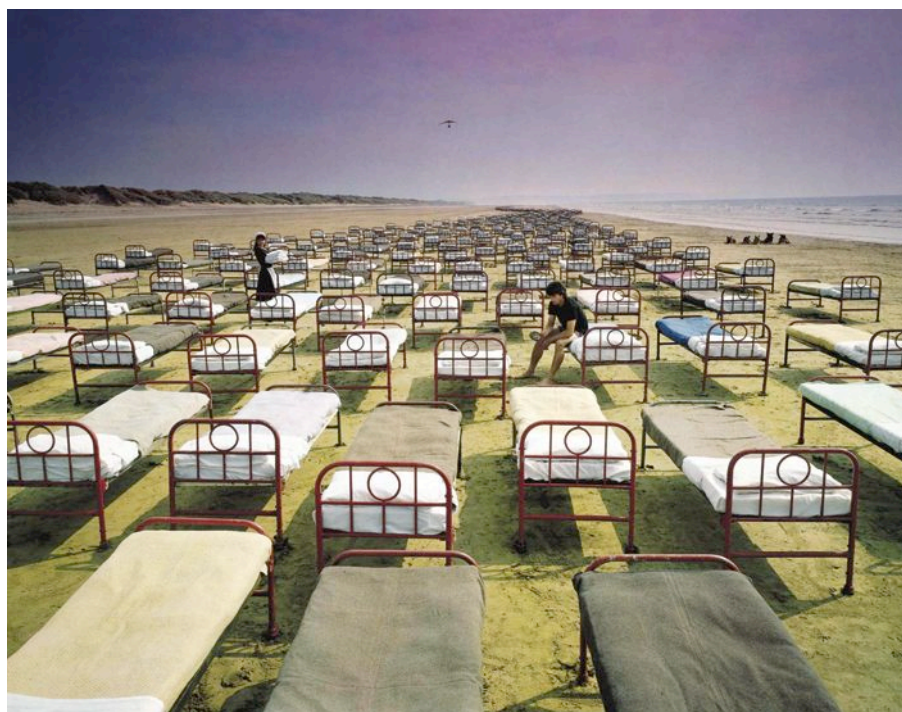
**Autor zaprojektował tę okładkę jako metaforę uzależnienia narkotykowego.**

**To nie fotomontaż. Do zdjęcia z okładki „A Momentary Lapse of Reason” naprawdę ustawiono 700 łóżek.**

Trzeciego źródła inspiracji można by się doszukiwać w pracach M. C. Eschera, czyli holenderskiego grafika, lubiącego się w zabawach z perspektywą, złudzeniach optycznych, podwójnych obrazach etc. To również chwyt, po które często sięga Storm, nakładając na siebie dziwnie współgrające obrazy.

Przy wszystkich swoich zdolnościach Thorgerson jest dość konserwatywny. Nie lubi komputerów. Głównie dlatego,

**Surrealistyczne obrazy Magritte’a to jedno ze źródeł inspiracji Thorgersona.**





**Storm rzadko fotografuje muzyków, których okładki projektuje. Peter Gabriel należy do wyjątków.**

**Nie zaakceptowany przez Scorpions pomysł na okładkę „Eye 2 Eye”.**



że od czasu, gdy przeciętnie uzdolniony użytkownik Photoshopa potrafi nie do poznania przerobić swoje zdjęcie z wakacji, on sam musi nieustająco tłumaczyć, które z jego prac nie są fotomontażami: „Tak, jeden z mężczyzn z okładki »Wish You Were Here« Pink Floyd naprawdę stoi w płomieniach, to nie żaden trik. Gdy zawiał wiatr, ogień spalił mu wąsy” – powtarza często w wywiadach.

Storm jest perfekcjonistą, a za jego przywiązaniem do „robienia rzeczy jak należy” (tj. unikania fotomontażu i sztuczek optycznych) kryje się coś więcej niż fanaberia. Dla niego zdjęcie jest najbliższe rzeczywistości, a to o nią mu chodzi. „Lubię fotografię, ponieważ to medium powiązane z rzeczywistością, w przeciwieństwie do malarstwa. Lubię się bawić z rzeczywistością, naginać ją. Niektóre moje prace każą się zastanowić: czy to jest prawdziwe, czy nie?”.

Pytany o źródło swoich inspiracji Storm chętnie opowiada o procesie twórczym. Pracuje przeważnie w zespole, rzadziej sam. Poszukując pomysłów, słucha muzyki – często wersji demo dostarczanych mu bezpośrednio przez artystów, dla których projektuje. Rozmawia o niej ze swoimi współpracownikami i samymi jej autorami. „Co czujesz, gdy grasz? O czym

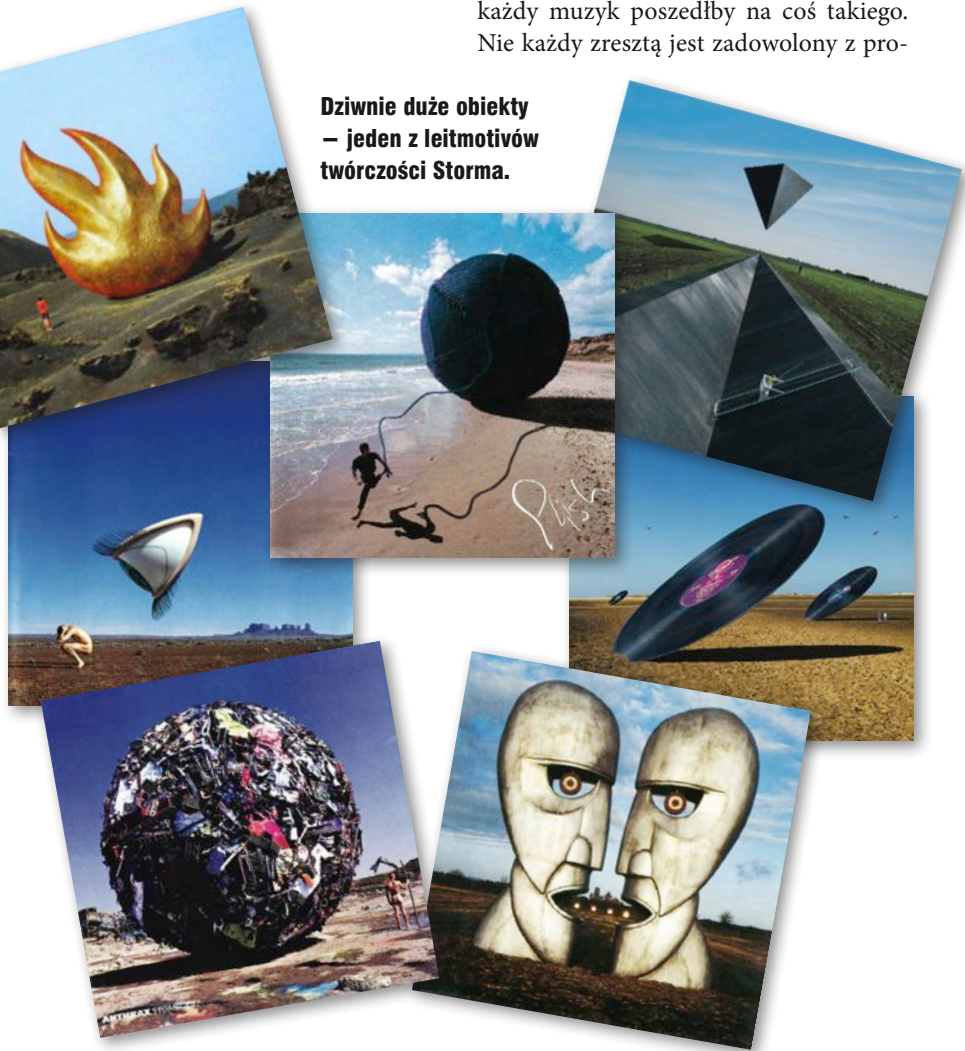
myślisz, gdy piszesz?”. Śledzi linijka po linijce teksty piosenek, by znaleźć w nich punkt zaczepienia do dalszej pracy. Do stworzenia okładki „A Momentary Lapse of Reason” wystarczyła krótka fraza, mówiąca o wizji „pustego łóżka”. Reszta to odpowiedź na pytanie: „A co, gdyby to nie było jedno puste łóżko, a cała ich rzeźka?”. Tak narodził się pomysł na zdjęcie plaży wypełnionej 700 zasłanymi łóżkami. Oczywiście, zrobione tradycyjną techniką, bez komputerowych trików.

Niekiedy związek między muzyką a treścią wymaga przedarcia się przez mniej jednoznaczną symbolikę, jak w przypadku mężczyzny wpadającego do wody z okładki Healing Sixes „Enormousound”. Sam autor wyjaśnia: „To zdjęcie

jest uzależniony, to znaczy, że za sobą nie przepadasz”.

Kiedy indziej Storm osiąga efekt komiczny przez skrajną dosłowność. Okładka albumu „Home Is Where The Head Is” Ethnix przedstawia, zgodnie z tytułem, człowieka z domem w miejscu głowy...

Choć surrealistyczne prace Thorgersona przypominają senne wizje, to utrzymuje on, że dobre pomysły rzadko natchodzą go w snach. Tak było z okładką Petera Gabriela, na której widać muzyka z „roztopioną” twarzą. Gabriel jest zresztą jednym z niewielu wykonawców, którego zdjęcie pojawiło się na okładce płyty projektowanej przez Storma – z dumą o tym mówi w filmie Bogawy. Sam przyznaje: nie chodziło o pokazanie jego oblicza, a o przewrotne zniszczenie go. Nie każdy muzyk poszedłby na coś takiego. Nie każdy zresztą jest zadowolony z pro-



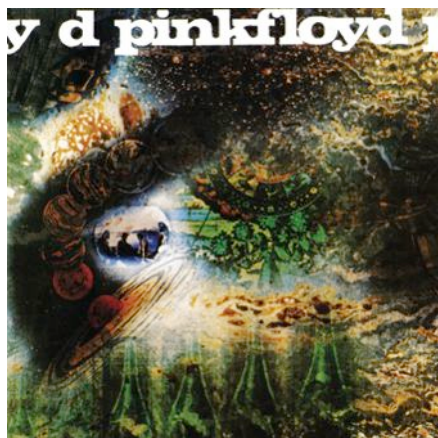
**Dziwnie duże obiekty – jeden z leitmotivów twórczości Storma.**

mówi o tym, co się dopiero wydarzy. Gdy mężczyzna wpadnie do wody, zaburzy lub zniszczy swój obraz. Dla mnie ta okładka opowiada o osobie, która musi mieć niską samoocenę; która nie znosi swojego wizerunku. Ma to wiele wspólnego z uzależnieniem od heroiny, o którym pisał wokalista grupy. Uważam, że jeśli

jektów Storma. Bardzo ciekawą koncepcję okładki płyty „Eye 2 Eye” odrzucili muzycy grupy Scorpions. Zamiast pomysłu gry z odbiciem w tafli jeziora, Niemcy zdecydowali się na czarno-białe zdjęcie trzech twarzy...

Praca projektanta płyt jest o tyle niewdzięczna, że ostatnie słowo odnośnie

projektu zawsze należy do muzyków i wytwórni płytowych. Thorgerson powtarza, że z muzykami da się porozumieć: są egocentryczni, narcystyczni, ale jednak wrażliwi i kreatywni. Gorzej z przedstawicielami firm płytowych: o nich wypowiada się już wyłącznie negatywnie.



**Pierwsza zaprojektowana przez Storma okładka: „A Saucerful of Secrets”.**

Z ubawieniem wspomina reakcję przedstawiciela wytwórni na okładkę „Atom Heart Mother”: „Co to, k..., ma wspólnego z Pink Flod?” – wrzeszczał ponoć czerwony z wściekłości, a żyła na jego szyi pulsowała złowieszczo... Projekt udało się jednak obronić.

Kolekcjonerzy płyt i melomani przywykli do okładek płyt muzycznych jako czegoś zupełnie oczywistego. Ale w gruncie rzeczy to dość dziwne zjawisko, by łączyć ze sobą dźwięk i obraz, a właściwie uzupełniać jedno drugim. Robota Storma Thorgersona, który stara się tworzyć coś, co można uznać za „reprezentację” muzyki, to tylko jedno z podejść do tematu tworzenia okładek. Zapewne bardziej popularne jest umieszczanie na nich podobizn muzyków. Czy to bardziej banalne rozwiązanie? Części takich dzieł nie sposób odmówić siły wyrazu. Wystarczy wspomnieć zdjęcie Paula Simonona

z „London Calling” The Clash czy przechodzących przez pasy Beatlesów z „Abbey Road” – obrazy dziś już ikoniczne dla muzyki popularnej, ale zupełnie inne od surrealistycznych prac Thorgersona. Czy to w ogóle produkty tej samej kategorii? Jeśli tak, to jakiej?

Refleksja nad statusem okładek muzycznych przypomina klasyczne dylematy kultury masowej: czy zaliczać je do świata sztuki czy seryjnych produktów na sprzedaż? Odpowiedź, że mieszczą się w obrębie obu grup, nie załatwia sprawy. Nawet jeśli uznamy, że bywają one dziełami sztuki – jak prace Thorgersona – to wciąż są dziełami sztuki w służbie marketingu. Ostatecznie okładka ma zachęcić do kupna czarnego krążka lub CD. Spowodować, by potencjalny słuchacz zatrzymał się przy niej w sklepie. Tylko że nawet sprowadzona do roli narzędzia marketingowego okładka płyty wymyka się klasyfikacjom! Jako wizualna reklama muzyki jest czymś zgoła innym niż reklama, powiedzmy, BMW. Ta druga, w swo-

jej podstawowej roli prezentuje sprzedawany towar. Bardziej wyrafinowana, stara się skusić kupującego atrakcyjnym wizerunkiem, który zakup ma mu zapewnić lub jakimś pozytywnym uczuciem, które powinien w nim wzbudzać prezentowany obiekt. Okładka płyty, nawet jeśli przedstawia zespół w czasie koncertu lub scenę oddającą atmosferę muzyki, nie pokazuje samego sprzedawanego produktu. Muzyki, z samej definicji, pokazać nie sposób, a każda płyta winylowa czy CD wygląda w zasadzie tak samo. Nie oferuje wizerunku, który klient mógłby nabyć, bo to, czy ma w prywatnej kolekcji płytę z taką a nie inną okładką, nie wpływa raczej na jego postrzeganie przez znajomych. Jedyne, co na wzór reklamy może zrobić okładka płyty, to sprzedać uczucia. Estetyczny zachwyty, zdziwienie, rozbawienie. Na chwilę chociaż przykuć uwagę, poruszyć, wpędzić w niepewność: jaki jest związek tego obrazu z muzyką? Czy to prawdziwe zdjęcie, czy fotomontaż?

Thorgerson to jeden z wielu projektantów okładek płyt, ale prawdopodobnie najlepiej wywiązuje się z tego zadania. Trudno powiedzieć, czy jego prace stanowiączo zwiększają liczbę sprzedanych egzemplarzy danej płyty. Ludzie płacą przecież za muzykę, nie obraz. The Beatles sprzedali 30 milionów kopii „Białego albumu”, który nie miał ani okładki, ani nazwy. ■

#### Kilka znanych prac Storma i Hipgnosis.

